



ARGUMENTARIO 2DA VISITA

*Durante la segunda visita, debemos presentar nuestra oferta de valor al cliente, de tal manera que, desde el riesgo al que está expuesto, pueda conocer y aceptar nuestra oferta.
Una venta basada en la asesoría de riesgos, tiene menos probabilidad de recibir objeciones y nos acercamos a un cierre de la venta.*

CONVERSACIÓN 2DA VISITA

TIPS A TENER EN CUENTA:

- Tener la Matriz de Riesgos a la mano, preparada y actualizada.
- Tener la información de Grupo Bolívar preparada.
- Tener en cuenta, como herramienta, la presentación de la Oferta de Valor Integral.



CONVERSACIÓN 2DA VISITA EMPRESAS



MOMENTOS		PREGUNTAS - ARGUMENTOS	TIPS A TENER EN CUENTA
Inicio de la reunión		- Agradecer por el espacio	
Contexto desde la 1ra visita	Pedro (Decide y motivado hacia los seguros)		<ul style="list-style-type: none"> - Repasar a detalle lo hablado en la reunión anterior. - Hacer pequeñas validaciones y pausas dentro del discurso para engancharlo en la argumentación posterior.
	Adolfo (Decide y obligado hacia los seguros)		<ul style="list-style-type: none"> - Repasar de manera concreta los puntos resaltantes de la reunión anterior para pasar directamente a la oferta de valor.
	Margarita (Influye y motivado hacia los seguros)	- Repasar los puntos resaltantes de la reunión anterior y recordar los acuerdos pactados para la oferta de valor.	<ul style="list-style-type: none"> - Repasar a detalle lo hablado en la reunión anterior. - Hacer pequeñas validaciones y pausas dentro del discurso para engancharla en la argumentación posterior. - Brindarle argumentos para su sustentación posterior a los decisores.
	Milena (Influye y obligado hacia los seguros)		<ul style="list-style-type: none"> - Repasar de manera concreta los puntos resaltantes de la reunión anterior para pasar directamente a la oferta de valor.
Argumentación y Negociación		<p>La argumentación y negociación se realizará dependiendo de los productos a ofrecer dentro de la solución integral.</p> <p>Dentro del presente protocolo, se incluyen los siguientes productos:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px 15px; background-color: #fff9c4; text-align: center;"> Tranquilidad PYME </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px 15px; background-color: #fff9c4; text-align: center;"> Transportes </div> </div>	
Cierre		<ul style="list-style-type: none"> - Dependiendo del ramo y producto, el cierre y el trato administrativo es diferente. - Pyme: Se emite por SIMON 	

EJEMPLOS PYMES

ARGUMENTO

"Nosotros no hacemos inspección al riesgo, ya que como SB ya hicimos un estudio de ingeniería satelital de todos los riesgos a nivel nacional. Esto te permite tener la protección en los próximos 15 minutos; mientras que con otras ofertas podrías tener esa protección en 5 días o más"

"Manejamos un único deducible en las diferentes coberturas del 10% - 1SMMLV; salvo en caso de terremoto que es de 3% 3-SMMLV. En otras ofertas el deducible dependerá de la exposición del riesgo a la que esté tu compañía"

"En las ofertas de valor de otras compañías, le van a aplicar cuotas de depreciación por uso, lo que implica que frente a un siniestro, el valor de su bien/equipo/maquinaria será menor; nosotros no le aplicamos esas cuotas de depreciación"

"Una indemnización, normalmente, tiene una demora de 30 días. Dentro de la oferta de valor que le traemos, puede acceder a una indemnización express hasta ciertos topes de valor con una sola llamada al #322"

"Un diferencial gratuito que te ofrecemos es que si, a alguno de los trabajadores le toca salir de la oficina y tiene que llevar, por ejemplo, un computador y se lo roban; estarás protegido. Tienes cobertura a los equipos eléctricos que figuren como activos de la compañía"

"Un diferencial gratuito que te ofrecemos es que si, sufres un evento que afectan directamente tus ventas, a parte de la indemnización, te damos un 5% adicional del valor indemnizado"

"Cuando entres a comparar las ofertas a nivel de asistencia, verás que lo que te ofrezco de diferencial es que te brindo asistencias ilimitadas, además de una serie de asistencias informáticas remotas y jurídicas exclusivas"

OBJECIONES RECURRENTE:

"Es muy costoso": Esta objeción puede aparecer por 2 motivos, porque el interlocutor no ha terminado de ver y entender todo el valor ofrecido o porque la empresa no cuenta realmente con el presupuesto para asumir la inversión. Dependiendo del trasfondo, el trato de la objeción es diferente:

a. El interlocutor no visualiza todo el valor. Generalmente nos comparan con la cotización de otra compañía, por lo que podemos volver sobre los diferenciales e ir punto por punto comparando cotizaciones.

b. No se tiene el presupuesto: Fraccionar el valor de la prima para que visualice el coste de anual a mensual y hasta diario. De esta manera, ver que hay un ahorro mínimo diario que compensa frente al riesgo al que se está expuesto. Finalmente, brindar opciones de financiamiento.

EJEMPLO/HERRAMIENTA

Emplear el mapa de georeferenciación de la ciudad del riesgo, en el que evidencie las zonas en rojo y las zonas en verde, en las que efectivamente esté demostrado que es un riesgo asegurable.

Ejemplo: Por ejemplo, Señora X SX este es el mapa satelital de la ciudad de Bogotá, aquí usted se encuentra en una zona asegurable, y por tanto, podemos iniciar la protección en este momento.

Ejemplo: En caso de daño eléctrico de una maquinaria que se encuentre cubierto por la póliza, y este daño sea de 20.000.000, el deducible en este caso sería de 2.000.000, y su indemnización entonces, sería de 18.000.000.

Herramienta: "Demérito.docx"

Ejemplo: Una de las líneas de indemnización es hasta 10 millones de pesos, es decir, que si se comunica con la red 322, acá tenemos expertos, que le realizarán preguntas, y producto de ello podemos indemnizarlo en tres días, lo importante es que la información sea clara, concisa y veraz.

Si usted tiene 50 millones de pesos asegurados en sus diferentes equipos electrónicos, como computadores, cámaras fotográficas, etc, y tiene que sacar el computador de la empresa, yo le cubro el 10% es decir, hasta 5.000.000.

Herramienta: "Consolidado Check list Equipo y Maquinaria x Actividad.xls"

Señora X SX. Si se le dañó la máquina para hacer las arepas, si a raíz de ese daño las ventas de su empresa se vieron afectadas, porque usted no podrá hacer la misma cantidad de arepas, del valor que le pagamos por la máquina, que para este caso puede ser de 20.000.000, SB le dará un 5%, adicional, que equivale a 1.000.000, con una duración máxima de tres meses.

Ejemplo: Con nosotros, podrá acceder a servicios de asistencia ilimitada. Si realiza una comparación con otras compañías le dan 10 servicios, o un límite de dinero, y cuando se le acaba ese dinero de la bolsita no tendría más servicios.

Costos de los servicios de asistencia. Es necesario cuantificar, para que el cliente perciba el retorno de la inversión.

Ejemplo: Señora XXX, usted cuenta con servicios de asistencia durante la vigencia de su póliza. Si hacemos un análisis de todos los servicios que puede utilizar, usted puede salir beneficiada frente a la inversión que está realizando. El costo de plomería 85.000, electricidad 74.000, cerrajería 73.000, vidrios 160.000, Gas 76.000. (Se sugiere que el comercial lo vea aplicado al riesgo y actividad del cliente. Por ejemplo, en un restaurante se pueden utilizar más los servicios gas, plomería, y cerrajería)

Herramienta: "Asistencia por Actividad.docx"



+5,000

+4,000

+3,000

2021

2020

TRANQUILIDAD PYME

MOMENTOS		PREGUNTAS - ARGUMENTOS	TIPS A TENER EN CUENTA
Argumentación de beneficios y manejo de objeciones (Pyme)	<p>Pedro (Decide y motivado hacia los seguros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar los diferenciales del producto para concretar el cierre de la venta. - "Nosotros no hacemos inspección al riesgo, ya que como SB ya hicimos un estudio de ingeniería satelital de todos los riesgos a nivel nacional. Esto te permite tener la protección en los próximos 15 minutos; mientras que con otras ofertas podrías tener esa protección en 5 días o más" - "Manejamos un único deducible en las diferentes coberturas; salvo en caso de terremoto. En otras ofertas el deducible dependerá de la exposición del riesgo a la que esté tu compañía" - "Generalmente las aseguradoras piden ciertos requisitos adicionales para cubrir los siniestros. Sin embargo, nosotros hemos simplificado el proceso y no los requerimos. Esos requisitos en las cotizaciones de las aseguradoras son como garantías, por ejemplo, que tengas cámaras de seguridad frente a robos o que cuentes con vigilancia 24 horas; o contar con extintores en caso de incendio" 	<ul style="list-style-type: none"> - Brindarle la seguridad que con nuestra oferta de valor valos va a tener un respaldo de confianza frente a los eventos que pueda vivir. - Al ser la persona que toma las decisiones, es importante que busquemos el cierre de la venta directamente.
	<p>Adolfo (Decide y obligado hacia los seguros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - "En las ofertas de valor de otras compañías, le van a aplicar cuotas de depreciación por uso, lo que implica que frente a un siniestro, el valor de su bien/equipo/maquinaria será menor; nosotros no le aplicamos esas cuotas de depreciación" - "Una indemnización, normalmente, tiene una demora de 30 días. Dentro de la oferta de valor que le traemos, puede acceder a una indemnización express hasta ciertos topes de valor con una sola llamada al #322" - "Un diferencial gratuito que te ofrecemos es que si, a alguno de los trabajadores le toca salir de la oficina y tiene que llevar, por ejemplo, un computador y se lo roban; estarás protegido. Tienes cobertura a los equipos eléctricos que figuren como activos de la compañía" - "Un diferencial gratuito que te ofrecemos es que si, sufres un evento que afectan directamente tus ventas, a parte de la indemnización, te damos un 5% adicional del valor indemnizado" 	<ul style="list-style-type: none"> - Es importante brindar una serie de ejemplos al momento de argumentar, para que de esta manera le quede claro cada diferencial de nuestra propuesta de valor. - Al momento de argumentar buscar que cuantificar los beneficios brindados, para que pueda visualizar el coste beneficio del seguro. - Permitirle el espacio para que pueda preguntar y escuchar activamente sus dudas, con la finalidad de aclararlas y cerrar la venta. - Tener a la mano los clausulados que sustenten los argumentos diferenciales de nuestra oferta de valor.
	<p>Margarita (Influye y motivado hacia los seguros)</p>	<p>NOTA: Si por cada argumento se desea conocer ejemplos específicos, puede pulsar el siguiente botón:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Brindarle argumentos de valor de los principales diferenciales de nuestros productos para que pueda sustentar nuestra oferta de valor frente a los decisores.
	<p>Milena (Influye y obligado hacia los seguros)</p>	<p>OBJECIONES RECURRENTE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Es muy costoso": Esta objeción puede aparecer por 2 motivos, porque el interlocutor no ha terminado de ver y entender todo el valor ofrecido o porque la empresa no cuenta realmente con el presupuesto para asumir la inversión. Dependiendo del trasfondo, el trato de la objeción es diferente: <ul style="list-style-type: none"> a. El interlocutor no visualiza todo el valor. Generalmente nos comparan con la cotización de otra compañía, por lo que podemos volver sobre los diferenciales e ir punto por punto comparando cotizaciones. b. No se tiene el presupuesto: Fraccionar el valor de la prima para que visualice el coste de anual a mensual y hasta diario. De esta manera, ver que hay un ahorro mínimo diario que compensa frente al riesgo al que se está expuesto. Finalmente, brindar opciones de financiamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es importante brindar una serie de ejemplos al momento de argumentar, para que de esta manera le quede claro cada diferencial de nuestra propuesta de valor. - Al momento de argumentar buscar que cuantificar los beneficios brindados, para que pueda visualizar el coste beneficio del seguro. - Brindarle argumentos de valor para que pueda sustentar nuestra oferta de valor frente a los decisores. - Tener a la mano los clausulados que sustenten los argumentos diferenciales de nuestra oferta de valor.
Negociación	<ul style="list-style-type: none"> - Llegar a una negociación de condiciones, es una señal de interés. - Luego de que el cliente manifiesta sus necesidades de cambio dentro de la propuesta, es necesario hacer un resumen de la necesidad de la modificación y consolidar las nuevas condiciones. <p>Las modificaciones se dividen en 2 categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precio: <ul style="list-style-type: none"> - La negociación no se basa en el precio, se negocia sobre la cobertura y/o variando valores asegurados. - Condiciones técnicas: Consolidar las modificaciones requeridas y validar con los Directores especializados la viabilidad de los cambios. No comprometerse con el cliente a realizar los cambios, solamente dejar claro que serán evaluados; ya que requieren activar una serie de excepciones. 		
Cierre	<ul style="list-style-type: none"> - Dependiendo del ramo y producto, el cierre y el trato administrativo es diferente. - Pyme: Se emite por SIMON 		

TRANSPORTES

MOMENTOS		PREGUNTAS - ARGUMENTOS	TIPS A TENER EN CUENTA
Argumentación de beneficios y manejo de objeciones (Transportes)	<p>Pedro (Decide y motivado hacia los seguros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Resaltar que nuestro producto no es un seguro, sino un programa de administración de riesgos. - Sacarlo del contexto de póliza y meterlo en un contexto de protección de riesgos, argumentando con tiempo y experiencia de nuestro producto y del equipo de ingeniería especializados. - "En promedio los costos logísticos a nivel nacional ascienden a 13.5%, con nuestra asesoría y nuestro programa global de logística tenemos una probabilidad de mejora de un punto porcentual" (Si se requiere más detalle técnico, es necesario vincular al especialista del producto). 	<ul style="list-style-type: none"> - Brindarle la seguridad que con nuestra oferta de valor va a tener un respaldo de confianza frente a los eventos que pueda vivir. - Al ser la persona que toma las decisiones, es importante que busquemos el cierre de la venta directamente.
	<p>Adolfo (Decide y obligado hacia los seguros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - "Brindamos asesoría personalizada. En promedio estamos destinando 12 horas de asesoría especializada, lo que le brinda un ahorro de alrededor de 1.5 millones al año en asesoría." - "Como conversamos en nuestra reunión pasada, hemos construido junto con usted el mapa de riesgos, por lo que le traemos un contrato hecho a su medida y no genérico" (Previamente, se debe haber dado una visita del especialista del producto a la empresa para la construcción del mapa de riesgos en transporte) - "Como parte de la oferta, ponemos a su disposición un programa de prevención, en donde ingenieros especializados le brindan asesoría que le permitirán acceder a certificaciones. Si yo no se lo brindara, le tocaría buscarlo por fuera y sería un coste adicional para usted. Con esto, se ahorra entre 2 a 10 millones de pesos." - "Le brindamos paquetes de asistencia carga, en la que usted puede elegir el que más le convenga y no se lo imponemos como una oferta estandarizada, sino que es personalizada. Le brindamos entre otras, ambulancia, asesoría jurídica, inspección de puertos, candados electrónicos, etc." 	<ul style="list-style-type: none"> - Es importante brindar una serie de ejemplos al momento de argumentar, para que de esta manera le quede claro cada diferencial de nuestra propuesta de valor. - Al momento de argumentar buscar que cuantificar los beneficios brindados, para que pueda visualizar el coste beneficio del seguro. - Permitirle el espacio para que pueda preguntar y escuchar activamente sus dudas, con la finalidad de aclararlas y cerrar la venta. - Tener a la mano los clausulados que sustenten los argumentos diferenciales de nuestra oferta de valor.
	<p>Margarita (Influye y motivado hacia los seguros)</p>	<p>NOTA: Pulsando en el siguiente botón, puede ver un ejemplo de lo que se ahorra frente a un evento con una carga:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Brindarle argumentos de valor de los principales diferenciales de nuestros productos para que pueda sustentar nuestra oferta de valor frente a los decisores.
	<p>Milena (Influye y obligado hacia los seguros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - "Dentro de nuestro Programa Global de Logística, le brindamos foros de capacitación mensual con temas tan relevantes como cambios en la legislación, términos internacionales de comercio, que apalancan el desarrollo estratégico de la empresa. En el mercado, estos eventos tiene un coste de inscripción de 1 millón de pesos por persona. Nosotros le brindamos acceso a 5 personas de su compañía. Con lo cual, está ahorrando 60 millones de pesos al año en formación." - "Una indemnización, normalmente, tiene una demora de 30 días. Dentro de la oferta de valor que le traemos, puede acceder a una indemnización express por menos de 10 millones en 5 días" 	<ul style="list-style-type: none"> - Es importante brindar una serie de ejemplos al momento de argumentar, para que de esta manera le quede claro cada diferencial de nuestra propuesta de valor. - Al momento de argumentar buscar que cuantificar los beneficios brindados, para que pueda visualizar el coste beneficio del seguro. - Brindarle argumentos de valor para que pueda sustentar nuestra oferta de valor frente a los decisores. - Tener a la mano los clausulados que sustenten los argumentos diferenciales de nuestra oferta de valor.
Negociación	<ul style="list-style-type: none"> - Llegar a una negociación de condiciones, es una señal de interés. - Luego de que el cliente manifiesta sus necesidades de cambio dentro de la propuesta, es necesario hacer un resumen de la necesidad de la modificación y consolidar las nuevas condiciones. <p>Las modificaciones se dividen en 3 categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precio: <ul style="list-style-type: none"> - Argumentar la oferta de valor integral que permita disminuir el costo percibido por el cliente. - Condiciones técnicas: Consolidar las modificaciones requeridas y validar con los Directores especializados la viabilidad de los cambios. No comprometerse con el cliente a realizar los cambios, solamente dejar claro que serán evaluados; ya que requieren activar una serie de excepciones. - Condiciones de servicio: <ul style="list-style-type: none"> - Transporte: Si el cliente solicita agregar servicios a los ya planteados, consolidar los requerimientos y validar con los Directores especializados la viabilidad por sector de añadir los servicios. 		
Cierre	<ul style="list-style-type: none"> - Dependiendo del ramo y producto, el cierre y el trato administrativo es diferente. - Pyme: Se emite por SIMON 		

Ejemplo del ahorro en un evento con una carga



TRANSPORTES

Si usted sufriera un evento con una carga: un accidente y el contenedor cae a la carretera. Le corresponde remolcarlo y moverlo de la carretera.

Evento con una carga	Todo por fuera	SB
Grúas	\$ 6.000.000,00	\$ -
Ambulancia	\$ 350.000,00	\$ -
Escolta en sitio	\$ 250.000,00	\$ -
Candado electrónico	\$ 130.000,00	\$ 230.000,00
Coordinación de la actividad	4 horas	15 minutos

Conclusión: Si no estuviera asegurado con Bolívar, incurriría en un gasto de \$ 6,730,000 y 4 horas. Mientras que con seguros Bolívar, incurriría en una inversión de \$ 230,000 más 15 minutos.